

pero no que se apene de él; debe hacer reír a la gente con él, no que se rían de él. Esto ya triunfaba en la época de Platón.

En otro semanal del Sur (Número 291, 23 de mayo de 1993) Fernando Jáuregui publicó un artículo titulado El duelo de la imagen. En él citaba las palabras de Ross Laren, un profesional norteamericano que prestó ocasionalmente sus servicios, en el pasado, a una formación española. La cita decía: “La negligencia de los candidatos españoles, y en general europeos, en lo referente a su aspecto”²⁹. Parece dar a entender que los políticos españoles descuidaban la imagen. Quizás esto sea así con relación a Norteamérica, donde ha triunfado de forma total la imagen; pero en general tal afirmación parece contradictoria con otras informaciones que hemos apuntado. ●

Bibliografía

- DEUSTO EDICIONES, *Cómo hablar en público*. Madrid/Barcelona/Bilbao. 1993.
- MAC GINNISS J. *Cómo se vende un presidente*. Barcelona. Ediciones Península 62, 1972.
- FERNANDO JÁUREGUI “El duelo de la Imagen” Suplemento Semanal del SUR 291. 23 de mayo de 1993.
- MANUEL VICENT “Oposiciones a piloto” El País Semanal. 23 de mayo 1993.
- PILAR BONET “El nuevo Zar” El País Semanal 12 de diciembre de 1993.
- ROSA MONTERO “Margaret Thatcher. La abuela de hierro” El País Semanal 9 de enero 1994.
- ROSA MONTERO “En Portada. Mujeres” El País Semanal 5 de Febrero 1995.
- JUAN JESÚS AZNÁREZ “Corea del Norte. La cárcel más grande del mundo” El País Semanal 8 de mayo 1994.
- MARÍA SALINAS “Quién te ha visto y quién te ve” Revista Prima. Septiembre 1994.
- ISABEL GALLO/JESÚS RODRÍGUEZ “Señas de identidad” El País Semanal 30 de mayo 1993.

Se vende político en buen estado. Segunda Parte.

Título: Se vende político en buen estado. Segunda Parte. **Target:** Secundaria- Bachillerato 2º. **Asignatura/s:** Lengua Castellana y Literatura. **Autor/a/es:** Ana Belén Fernández, Profesora de Lengua Castellana y Literatura, Licenciada en Filología Hispánica.

Resulta evidente que a lo largo del tiempo los políticos han variado su imagen. Si bien se afirmaba que ni González se prestó a que en su rostro se empleasen técnicas que disimularan sus ojeras –el aspecto más negativo de su físico, según los especialistas–, ni Aznar quiso oír hablar nunca de eliminar ese bigote que ha hecho que se le conozca humorísticamente como “Charlotín”. Una de las preocupaciones graves en el equipo que asesoraba a Aznar, encabezado por el ex colaborador de la CEOE Pedro Arriola, fue siempre la hostilidad de los dibujantes españoles.

²⁹ Suplemento. Semanal. Número 291 del 23 de mayo de 1993.

Forges, Peridis, Gallego y Rey, Ricardo y Nacho, Martín Morales, etcétera, se dejaron cebar tradicionalmente con la figura de Aznar, a quien presentaban como inexperto, torpe y algo ingenuo. “A Felipe pueden presentarlo como un tramposo corrupto, pero su figura siempre tiene algo de simpático; lo peor que te puede ocurrir es que en los chistes te cuelguen el cartel de tonto, como lo saben muy bien los de Lepe, que son listísimos por otra parte”- comentaba al Suplemento Semanal un miembro del equipo de Arriola, que ha ido adquiriendo una considerable influencia en la sede central de PP.

Se conoce la afición que tradicionalmente tuvo el PP –antes Alianza Popular- por los asesores de imagen, a algunos de los cuales hizo ganar considerables cantidades: en 1993 Arriola, antes José Luis Sanchís Fraile, Rafael Ansón (algunos de ellos asesoraban a candidatos, a título meramente particular). Asesores, todos ellos, cuyos consejos resultaban, en ocasiones, contradictorios y hasta opuestos. Y que, en ocasiones, comenzando por cuestiones de importancia secundaria –como que si el candidato, dada su relativamente escasa estatura, debía o no realizar los debates de pie, tras un atril –trataban de llegar incluso hasta el mensaje ideológico.

En cambio, también se conoce la aversión de los socialistas, en general, y de Felipe Gonzáles, en particular hacia los asesores de imagen: “Esos técnicos fríos que preparan la campaña electoral como si fuera la venta de un cosmético” (palabras de Felipe González recogidas en El Suplemento Semanal del Sur de 1993).

Este desapego llevó al presidente a plantear síntomas de rebeldía a sus jefes de campaña. Como en 1979, cuando se negó a tomar un avión hacia Galicia, donde debía intervenir en tres mítines; una situación que se repitió numerosas veces. Ahora ha asumido su propia planificación de la campaña, y ha asumido por completo su estética.

Fernando Jáuregui afirmaba que en España, la estética del político cuenta muy poco, y que se seguía viendo como una aberración –en Estados Unidos no lo sería- o como pretexto. Como ocurrió en 1995 con un ex diputado de Unión Valenciana, un candidato dejó de serlo porque la dirección de su partido consideraba que era “excesivamente bajito”.

Pero la cosa no quedaba así, pues en un artículo del semanal de El País (número 119, Domingo 30 de mayo de 1993. Año XVIII TERCERA ÉPOCA) se atrevió a definir la imagen y gusto de los partidos líderes de nuestro país.

Así comenzaba diciendo que en 1977, el matrimonio González (hoy en día, como ya sabemos, deshecho) entraba en la historia. Carmen Romero, la ex esposa tenía 30 años y era una chica normal, obligada a repartir sus horas entre hijos, marido, trabajo, tareas y militancia política. Con todo esto no podía resaltar su corta melena ni refinar su indumentaria, que podía clasificarse, según este artículo, como de progre y rancia. Cuando Carmen Romero se convirtió en la segunda dama del país, cambió también su aspecto por un prêt-à-porter pulcro y elegante. Muchos modelos los compraba en Lorca, una exclusiva y carísima boutique regentada por Matilde González, por entonces esposa de José Federico de Carvajal, presidente del Senado. En las grandes ocasiones estrenaba tafetanes, terciopelos y pedrerías diseñados por Pedro del Hierro o Jorge Gonsalves.

Diez años después de su desembarco en La Moncloa y algunos menos de su compromiso con los electores gaditanos, los especialistas apuntaban que Carmen Romero cuidaba su ropero sin histerismos, no guardaba amor eterno a ningún creador ni se consideraba abanderada de la moda española. Apenas se maquillaba; llevaba una alianza en la mano derecha y era poco dada a relojes o joyas. Le encantaban los trajes sastre de cuadros príncipe de Gales y colores oscuros. Completaba su atuendo de calle con blusas blancas y un pañuelito en el bolsillo de la chaqueta. Tampoco le hacía ascos a los pantalones, las gabardinas, las rebecas, los collares de perlas y los vestidos de faralaes, si la ocasión lo exigía.

En la mujer del popular Aznar, Ana Botella, a los 39 años, todavía perduraba en ella un toque provinciano –siempre siguiendo la línea de los periodistas– que se ganó a pulso cuando vivía en Valladolid y su marido era el presidente de la comunidad autónoma. Siempre atildada, siempre repulida, siempre con su inseparable Rolex de acero y oro correa Datejust. Hacía varios años se fotografiaba cargada de medallas y cadenas de oro; la media melena, a mechass rubias, y un vestido de diseño carca. En los tiempos en que rondaba la presidencia su marido modificó su atuendo, el color del pelo y rebajó la cantidad de quilates del cuello.

Aznar en sus primeras apariciones tenía una imagen conservadora, abusaba de la gomina y el loden. En el extremo opuesto, González apostaba por el desaliño marxista, a base de pana, botines y pata de elefante. En 1982, a González le vistieron de azul y le platearon las sienes. Y ganó. Después, tras un viaje de Estado, le variaban la trayectoria de su raya capilar: de la izquierda a la derecha.

Después de 13 años de restyling, disfrutaría de una elegancia funcionarial, muy de Bruselas. Su moda era un uniforme grisáceo: trajes de confección y camisas azules, que modificaba a la hora de los mítines combinando con cazadoras de ante, pantalones beis y la camisa con el cuello desabrochado.

Manuel Vicent, en otro artículo publicado en el noventa y tres, revisaría de nuevo la imagen en los mítines afirmando que la juventud que acudía en ese tiempo había modificado su presencia, afirmaba que antes dominaban “pijos de pelo pegado que matan un marrano en la finca los sábados ni esas chicas que llevan una falda ideal y hablan con un huevo en la boca, sino un juventud normalmente aseada, con una ideología de derechas adornadas con algún “master”³⁰...

Felipe González, pasado el tiempo, guardaría en su vestidor prendas de Yuste, Loewe, Adolfo Domínguez y Lotusse. Los zapatos serían de cordones o antifaz y con tendencia a que las puntas se alzasen. Sus corbatas serían nacionales. Usaría en ocasiones gemelos. Entre los relojes, un Rolex, un Cartier y un Patek Philippe de oro con correa de piel. Dependiendo de la ocasión puede lucir gorra hanseática de sinagoga, frac con Isabel II, jersey de lana en los encuentros que tenía con Garzón, chaqué en las exequias regias y vaqueros cuando visitó a Sting.

Aznar, por su lado, ofrecía una imagen de “bróker” americano: sobrios trajes a medida bien cortados, camisas con iniciales bordadas, corbatas luminosas y zapatos de 20000 pesetas de las de antes. Este uniforme lucía cuando todavía era un candidato a la presidencia, pero sin variantes.

³⁰ MANUEL VICENT “Oposiciones a piloto” El País Domingo 23 de mayo de 1993

Tiempo antes ya le habían cambiado de peinado: le suprimieron el fijador, le despegaron la melena y le colocaron la raya en la misma orientación que su adversario socialista. Después, vendrían las rayas, las corbatas de Hermés, con preferencia a las amarillas, los trajes azulados y las blazer azul marino.

Desmenuzando las preferencias en la moda ofrecida por las distintas posturas ideológicas, otro artículo afirmaba que la mujer socialista prefería: las canas, Joaquín Berao, corbatas Armani, Swatch, pins, sin gemelos, barbados, peineta, gafas italianas, collares étnicos, chales, coleta, Montblanc, Eu de Lancôme y Bart Simpson. Mientras que la mujer tradicional o conservadora : gomina, Yves, corbatas de Hermés, Rolex, alfiler de corbata, gemelos de oro, bien afeitados, diadema de terciopelo, gafas Rayban de pera, perlas, pañuelos al cuello, patillas, Parker, Reebok, Aire de Loewe, Snoopy.

Los héroes de la mujer progresista: Besteiro, Aranguren, Serrat, José Sacristán, Carmen Maura, Ramoncín, Delors, Brandt y Rubial, Vilallonga y García Márquez, Curro Romero, Bruce Springteen, Botero, Oscar Tusquets, Rocío Jurado, Camarón, Corcuera, Aitana S. Gijón, Hillary Rodham y Antonio Banderas.

Para la mujer conservadora: El Cid, Escrivá de Balaguer, Julio Iglesias, Arturo Fernández, Lina Morgan, Mecano, Chirac, Churchill y Fraga, Alfonso Ussía y Vergas Llosa, Julio Aparicio, Elton John, Antonio López, Pascual Ortega, Rocío Jurado, Isabel Pantoja, General Morón, Inés Sastre y Carmen Alvear³¹.

Saliendo de lo que es la imagen del político español de los noventa y mirando hacia Inglaterra, veíamos cómo triunfaba en conservadurismo durante siglos. De Margaret Thatcher sabíamos que nunca una mujer había regido los destinos del Reino Unido. Pero ella no se conformó sólo con eso. Ella quería pasar a la historia como su admirado Churchill. Ganó una guerra, puso patas arriba la economía de su país y, junto a Reagan, emprendió una revolución conservadora que culminó con la caída del comunismo. Cuando se quedó en dique seco, a los 69 años, sacó unas memorias en las que arremetía contra los conservadores que la echaron del cargo. Su imagen siempre fue austera. Su peinado fiel desde los veinte años.

En Rusia Yeltsin daba la imagen de padre o zar. Su predilección por el tenis produjo deformaciones en el sistema estatal de deportes.

En la política actual la imagen de Zapatero y su esposa Sonsoles, la de Chaves o la de Bono son también interesantes para destacar.

Zapatero, la nueva imagen de la política nacional. Estudiando su imagen de joven estudiante mediocre en la universidad de derecho, con su sonrisa de joker, y su altura que le hace una espalda lacia de jugador de baloncesto desgarrado, ha llegado a presidente. Sus cejas, famosas por ser la representación de su última campaña publicitaria (tupidas, depiladas, oscuras) se mueven al unísono de su expresión. Lo peor de su imagen, su sonrisa, lo más criticado. La expresión demuestra algo de cinismo que le hace, incluso en situaciones serias, demasiado inapropiado. Las manos, parece que se esté preguntando en todo momento qué hacer con ellas: esconderlas (mala imagen), agitarlas

³¹ EL PAÍS. SEMANAL. Número 119 Domingo 30 de Mayo de 1993. Año XVIII TERCERA ÉPOCA.

(representación demasiado artística) o unir las entre sí (la única solución que han encontrado sus asesores para que no deteriore su imagen). Y a pesar de esto algo le hace parecer agradable, quizás su único rival, Mariano Rajoy, que presenta peor imagen incluso.

Su mujer, Sonsoles, dentro del mismo estilo (alta, delgada, atractiva) ofrece una imagen más afable, al menos más seria. Viste austera y con joyería de la casa (las diseñadas por Felipe González), el color de su vestimenta no pasa del morado (marrones, grises y, sobre todo, negro), cantante de coro; lo que se llamaría estilosa, discreta, en general. Sus hijas han salido ahora a la palestra por cuestiones de imagen, más bien por su falta de ella, protegerlas por ser menores... Todo esto ha suscitado una nueva polémica dentro del mundo televisivo.

Chaves y Bono, dos políticos de la misma ideología, dos que triunfan desde hace décadas, pero sin embargo tan dispares.

Chaves, con un acento totalmente de la tierra, imagen cuidada pero sin esmero, camisas de raya, con titubeo en el hablar. Permanece en la presidencia andaluza elección tras elección.

Bono, su imagen es más cuidada, acento también peculiar, pulido en su vestimenta, costumbres conservadoras (católico practicante y confeso) padre de dos hijas. Triunfa en Castilla, una Castilla que siempre ha sido de ideas conservadoras y así lo demuestra en las elecciones generales, pero en realidad en las campañas autonómicas y locales, lo que importa es la persona que se presenta, más que la idea que defiende.

Cada uno a su manera responde a un público que por tradición permanece en sus costumbres.

En definitiva, esto es el quién da más, quién ofrece más por menos y ya saben lo que se decía en un antiguo eslogan televisivo de detergente: "Busque, compare, y si encuentra algo mejor, CÓMPRELO".

●

Bibliografía

- DEUSTO EDICIONES, *Cómo hablar en público*. Madrid/Barcelona/Bilbao. 1993.
- MAC GINNISS J. *Cómo se vende un presidente*. Barcelona. Ediciones Península 62, 1972.
- FERNANDO JÁUREGUI "El duelo de la Imagen" Suplemento Semanal del SUR 291. 23 de mayo de 1993.
- MANUEL VICENT "Oposiciones a piloto" El País Semanal. 23 de mayo 1993.
- PILAR BONET "El nuevo Zar" El País Semanal 12 de diciembre de 1993.
- ROSA MONTERO "Margaret Thatcher. La abuela de hierro" El País Semanal 9 de enero 1994.
- ROSA MONTERO "En Portada. Mujeres" El País Semanal 5 de Febrero 1995.
- JUAN JESÚS AZNÁREZ "Corea del Norte. La cárcel más grande del mundo" El País Semanal 8 de mayo 1994.
- MARÍA SALINAS "Quién te ha visto y quién te ve" Revista Prima. Septiembre 1994.
- ISABEL GALLO/JESÚS RODRÍGUEZ "Señas de identidad" El País Semanal 30 de mayo 1993.